

ДОМ коммерческая недвижимость

КОНТЕКСТ

ОБЪЕДИНЕНИЯ

ГУД создает СРО

НП «Гильдия управляющих и девелоперов» (ГУД) и Ассоциация профессиональных управляющих инвестиционно-строительными проектами (АПУИСП) создают на своей базе несколько профильных саморегулируемых организаций (СРО) для повышения качества работы компаний, специализирующихся в сфере девелопмента, управления строительством и эксплуатации недвижимости. По плану Совета ГУД и Президиума АПУИСП первые СРО будут сформированы до лета 2009 года. В ближайшее время в рамках совместной деятельности будет разработан унифицированный пакет документов, необходимый для образования саморегулируемых организаций, решены вопросы, связанные с формированием компенсационных фондов, созданием третейских судов и страхованием профессиональной ответственности. Первой будет создана СРО для компаний, осуществляющих профессиональное управление инвестиционно-строительными проектами. СРО будет формироваться на основе Федерального Закона от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» (далее — ФЗ-315). Для создания СРО в соответствии с ФЗ-315 объединятся более 25 компаний, которые позиционируют себя как предприятия, выполняющие инженерные услуги, функции технического заказчика, генерального подрядчика, технического надзора и оказывающие консультационные услуги, связанные с реализацией инвестиционно-строительных проектов. Следующими будут созданы саморегулируемые организации эксплуатирующих компаний и управляющих недвижимостью, консалтинговых и девелоперских фирм. Для других видов деятельности Гильдия пока не планирует образовывать СРО. Как утверждают в ГУД, формирование СРО на их базе позволит решить проблему с необходимым по закону количеством членов организации: во многих субъектах РФ может не набраться нужного количества компаний для регистрации СРО. В этом случае Гильдия за счет своей региональной сети доберет необходимое для регистрации саморегулируемой организации число участников. После создания нескольких СРО, на базе ГУД будет образован Союз саморегулируемых организаций, в который войдут представители отраслевых саморегулируемых структур. Более детально структура деятельности Союза СРО будет разработана в первом полугодии 2009 года. Для каждого вида деятельности специалисты ГУД совместно с АПУИСП разработают свои требования. **Роман Русаков**

ТЕРРИТОРИИ

Город выделил землю под общественные и жилые проекты

Правительство Санкт-Петербурга на последнем заседании санкционировало проведение изыскательских работ в целях проектирования и строительства логистического парка с заводом по производству упаковки для хранения и транспортировки грузов. Девелопер, ООО «Северо-Балтийская логистическая группа», предоставлена в аренду на инвестиционных условиях территория площадью 39 200 кв. м севернее дома 14 литера Б по Вагонному проезду в нежилой зоне Обухово. Другим постановлением правительство продлило до ноября 2011 года сроки проектирования и строительства Ломоносовского грузового терминала, являющегося одним из аванпостов Большого порта Санкт-Петербурга. Северное побережье Финского залива в Лакте развивается как элитная рекреационная территория. Правительство одновременно предоставило разрешение на изыскательские работы для строительства медико-реабилитационного центра с пансионатом ООО «Конкорд Менеджмент и Консалтинг» к северу от Лакты, на участке площадью 188 971 кв. м, близ реализованного той же компанией элитного жилого комплекса «Северный Версаль», и для создания центра парусного спорта ООО «СУ ЭГМ» на побережье залива на участке в 29 565 кв. м юго-восточнее пересечения Береговой улицы и Полевого переулка. На Петродворской стороне удалось сформировать еще один земельный участок для отеля. Для гостиничного комплекса ООО «Стом» на улице Куйбышева, восточнее дома 10, отведено всего 324 кв. м. Одновременно правительство разрешило продлить сроки реконструкции дома на Большом проспекте П. С., 37 под учебную гостиницу ЗАО «Гостиница „Апроса“». На Петродворской стороне также выделена территория для строительства представительства Калининградской области. Изыскательские работы с целью проектирования здания будут проводиться на участке в 1 293 кв. м юго-западнее дома 7 по улице Шмидова. Новые проекты строительства многоярусных паркингов развиваются на северо-востоке и юго-западе города. Для изыскательских работ в этих целях предоставлены участки в Калининском районе — на Кушелевской дороге западнее дома 14 (ООО «Паркин-Сити»), в Красногвардейском — севернее дома 20 по Индустриальному проспекту (ООО «Евротекс») и Красносельском — на пересечении проспектов Маршала Жукова и Маршала Захарова (ООО «Радуга-Моторс»). Участки для изыскательских работ с целью строительства новых деловых центров предоставлены в зоне реконструкции улицы Шкапина и улицы Розенштейна (ООО «Сканди»), а также на Пулковском шоссе, южнее пересечения с соединительной линией железной дороги (ООО «Магнат»). **АСН-Инфо**

Ближе к земле

Рынок офисов во встроенных помещениях находит своих арендаторов

преимущества

Рынок офисов во встроенных помещениях переживает не лучшие времена — с увеличением предложений по площадям в бизнес-центрах арендатор перетекает туда. Впрочем, как указывают эксперты, у помещений, расположенных на первых этажах зданий оживленных улиц, всегда найдутся свои арендаторы, а потому вряд ли стоит ожидать вытеснения офисов с главных магистралей города.

Ольга Корнилова, директор департамента брокериджа коммерческой недвижимости Агентства развития и исследований в недвижимости (АРИН) подчеркивает, что спрос на помещения в бизнес-центрах сегодня выше, чем на офисы во встроенных помещениях. И на это есть ряд причин. Во-первых, в бизнес-центрах арендатор лишен необходимости обслуживать помещение. В бизнес-центре есть управляющая компания, которая берет все проблемы по обслуживанию здания на себя: так, в его ведении находятся охрана, пропускная система, уборка, телефонные линии. Интернет, наличие столовой или кафе для сотрудников бизнес-центра, парковка. Арендатор встроенного помещения сталкивается с множеством проблем по оснащению помещения, как то: установка дополнительных телефонных линий, наличие Интернета и подключение к нему, охрана, уборка. Т. е. он вынужден обслуживать свой офис самосто-



Спрос на помещения в бизнес-центрах сегодня выше, чем на офисы во встроенных помещениях: в офисных комплексах есть управляющая компания, которая берет на себя охрану, уборку, связь и т. п. Тем не менее плюсы у офисов-одночест есть: например, реклама на дверях и вывеска способны привлечь на 40% больше клиентов

ятельно. И если вдруг арендатор не обеспечил вовремя свой офис охраной, то в случае кражи вся ответственность лежит только на нем. Собственник помещения никакой ответственности за это не несет. Поэтому в данном сегменте особенно распространена страховка помещений.

Второе преимущество бизнес-центров перед встроенны-

ми помещениями — наличие паркинга. Большинство новых офисных центров имеют в своем составе подземные или закрытые охраняемые парковки. А поскольку наиболее ликвидные встроенные помещения расположены на основных улицах, вдоль которых большинство дворовых помещений закрыты жильцами, арендаторы вынуждены ежедневно решать

проблемы с паркингом. Немного легче с этим обстоят дела у арендаторов встроенных помещений, которые расположены во дворах. Но и там, особенно если офис расположен в центре города, вряд ли можно будет поставить больше пяти машин.

Сейчас встроенно-пристроенные помещения более интересны для потребителей торговой недвижимости. Офисные

помещения в жилых домах ранее были востребованы малым и средним бизнесом в силу недостатка предложения в бизнес-центрах. С преодолением дефицита на этом рынке арендаторы перетекают в бизнес-центры, получая качественные условия для ведения бизнеса без головной боли, сопровождающей эксплуатацию отдельного офиса. «При этом ставки на встроенно-пристроенные помещения сравнимы со ставками в бизнес-центрах, и вряд ли будут падать, что связано с высокими ценами на недвижимость. Поэтому я скептически отношусь к проектам встраивания офисных помещений в жилые здания», — отмечает Алексей Федоров, директор отдела офисных помещений компании Maris Properties in association with CB Richard Ellis.

Константин Костин, директор по развитию London Consulting & Management Company (LCM) уточняет, что бизнес-центры, после введения в эксплуатацию качественных проектов А- и В-класса, предпочитают представителям следующих сфер бизнеса: нефть и газ, страхование, бухгалтерия, недвижимость, металлургия, реклама и т. д. «Не стоит забывать и об имиджевой составляющей, которая тоже очень важна», — говорит он. Однако, по словам господина Костина, далеко не для всех компаний важно быть в бизнес-центре. Некоторые виды бизнеса, напротив, остро нуждаются именно в зоне street retail. «Арендатором на первом этаже может стать туристическая фир-

ма, нотариальная контора или банк, то есть структуры бизнеса, для которых самым важным показателем является наличие высокой проходимости в конкретном месте», — отметил господин Костин.

«Кроме того, размещая свой офис во встроенном помещении, компания имеет возможность повесить свой рекламный щит над помещением, что является хорошей рекламой. Арендаторам бизнес-центров это делать во многих случаях запрещено», — резюмирует Ольга Корнилова.

Павел Созинов, вице-президент Ассоциации риэлторов Санкт-Петербурга считает, что реклама на дверях, окнах, вывески в некоторых случаях способны привлечь на 40% клиентов больше.

Алексей Лазутин, директор по коммерческой недвижимости Bescat Realty Group Spb к еще одному плюсу встроенных помещений относит приватность: «При желании собственников выдерживать полную конфиденциальность ведения бизнеса офисы во встроенных помещениях могут стать наиболее предпочтительным вариантом».

Исполнительный директор Гильдии управляющих и девелоперов Павел Гончаров считает, что отсутствие управляющей компании может быть как минусом для целого ряда компаний, так и плюсом для фирм, потребности в перепланировке, ремонте, наборе и качестве услуг которых не могут быть удовлетворены стандартизирован-

ными действиями управляющих. «Другим важным преимуществом встроенных офисов является их цена — как аренды, так и продажи, которая, как правило, на 20–30 процентов ниже, чем в качественных бизнес-центрах с аналогичным местоположением. В центре города разница цен между встроенными офисами и офисами в бизнес-центрах классов А и В еще более ощутима и может достигать до 50 процентов», — рассуждает Павел Гончаров.

«В целом спрос на готовые офисы во встроенных помещениях в среднесрочной перспективе может даже увеличиться за счет перехода в более низкий сегмент части арендаторов высококлассных бизнес-центров с целью снизить свои операционные расходы из-за финансовых сложностей», — прогнозирует господин Гончаров.

Впрочем, маркетолог-аналитик департамента консалтинга компании GVA Sawyer в Санкт-Петербурге Владислав Фадеев с такой точкой зрения не согласен: «Потенциальные арендаторы встроенных офисных помещений предпочитают арендовать офис в бизнес-центрах, пусть и невысокого класса. Тем более что арендные ставки в офисных центрах класса С ниже, чем для встроенных помещений. Предполагаю, что даже в условиях финансового кризиса спрос не будет перераспределяться из офисных центров во встроенные помещения», — говорит господин Фадеев.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Разница в менталитете

Западные арендаторы имеют свои плюсы и минусы

другая порода

Принято считать, что бизнес интернационален и в любой стране развивается по одним и тем же экономическим законам — не придуманным людьми, а созданным логикой и стремлением заработать. Однако все же своя специфика есть везде. Это среди прочих могут ощущать и владельцы бизнес-центров, сравнивая арендаторов российских и зарубежных. Эксперты говорят, что требования и построение отношений у западных арендаторов могут значительно отличаться от того, что желают получить наниматели офисных помещений российского происхождения. Такое отличие может принести арендодателю как выгоды, так и определенные неудобства.

Дмитрий Свистельман, директор по аналитике группы компаний «Аверс» полагает, что принципиальное отличие западного арендатора от российского заключается в том, что первые работают с другой допустимой рентабельностью. Для компаний, которые, несмотря на финансовые сложности, остались в России, менее критичен уровень ставок и с этим собственникам проще. «Проще и с дисциплиной платежей, естественно. А сложнее с тем, что западники читают договоры буквально и требуют их буквально исполнения, т. е. ситуация „на днях разберемся“ здесь не

проходит», — констатирует господин Свистельман.

Алексей Федоров, директор отдела офисных помещений компании Maris Properties in association with CB Richard Ellis, впрочем, указывает на то, что разницу в менталитете найти все сложнее: в отличие от 90-х годов, сегодня большинство западных компаний в Петербурге управляют российскими директорами, поэтому разница сглазилась уже почти до неразличимости. «Но вновь выходящие на рынок компании, а также те арендаторы, у которых управление недвижимостью централизовано, отличаются особым подходом к вопросам аренды. С одной стороны, с такими арендаторами проще обсуждать стандарт BOMA или систему triple net. С другой — требования к арендной ставке и юридической составляющей договора аренды также диктуются западными стандартами, которым зачастую не отвечает российское предложение. Но бизнес удается делать и с российскими, и с западными компаниями, ну а сложность работы зависит не от национальной принадлежности арендатора, а более от личности контактного лица», — отмечает господин Федоров.

Виталий Вотовский, генеральный директор ОАО «Желдорпитека» считает, что основной чертой западной компании является как раз желание выступать арендатором: «Западный

арендатор привык арендовать помещение, и для него это норма. Это касается даже очень крупных и состоятельных компаний. На Западе абсолютно справедливо считают, что владение собственным офисом не всегда эффективно с финансовой точки зрения. В то время как большинство российских арендаторов мечтают о собственных помещениях».

Помимо прочего, западные фирмы более постоянны. Ольга Корнилова, директор департамента брокериджа Агентства развития и исследований в недвижимости (АРИН) указывает на то, что западные компании, как правило, арендуют помещения в среднем на 5 лет с обязательной регистрацией договора аренды в ФРС.

Исполнительный директор Гильдии управляющих и девелоперов Павел Гончаров добавляет: «Крупные иностранные компании забирают в договор все возможные технические параметры, прописывается ответственность собственника за те проблемы, которые могут мешать деятельности компании, вплоть до температуры воды в кране или допустимого количества неработающих лифтов».

Также эксперты указывают на то, что западные компании обычно настаивают на прозрачности расчетов управляющей компаний и требуют более подробного разъяснения, что включено в арендную ставку и каким

образом возможно увеличение арендной платы. При этом при аренде офисных помещений западные компании акцентируют особое внимание на соотношении арендной ставки за объект и качества предоставляемых услуг.

«Естественно, учитывая такое педантичное отношение как к самому объекту, так и к арендодателю, российским компаниям относительно сложно сотрудничать с представителями западных фирм. Особенно если учесть тот факт, что решение об аренде помещений принимается достаточно долго. Посудите сами: прежде чем арендовать то или иное помещение, представителю западной компании необходимо приехать посмотреть помещение, потому он возвращается домой, обсуждает его с руководством. Параллельно ведется проверка чистоты владельца помещения. И только после всего этого принимается окончательное решение. Нередки ситуации, когда потенциальному арендатору помещения с первого взгляда понравилось, но потом, через месяц, он говорит, что арендовать его не будет. Зная это, российские арендодатели редко держат помещения до окончательного решения со стороны западного арендатора. Арендодатели идут на это, только если был уплачен авансовый платеж, гарантирующий серьезные намерения арендатора», — рассказывает госпожа Корнилова.

Маркетолог-аналитик департамента консалтинга компании GVA Sawyer в Санкт-Петербурге Владислав Фадеев подтверждает мысль о более длительном сроке принятия решения у западной компании: «Работа с любой иностранной компанией отличается от работы с российской тем, что необходимость согласования принимаемого решения с руководством компании приводит к более длительным переговорам при заключении сделки. Помимо этого, незнание офисного рынка Петербурга вызывает необходимость дополнительного сопровождения, так как иностранным лицам надо объяснить, чем Невский проспект отличается от Вознесенского, и почему иногда встречаются здания в центре города завышенного класса А, но без лифта. Впрочем, аналогичная ситуация и с компаниями из других регионов России».

«Кроме того, если компания не является резидентом Российской Федерации, то это вызывает ряд сложностей с включением НДС в арендную ставку. Иностранные клиенты привыкли работать с исчислением арендной ставки triple net, в то время как собственники бизнес-центров в большинстве случаев изначально включают НДС в арендную ставку. В итоге это может вызвать некоторые недопонимание, которое исчезает в процессе переговоров», — добавляет господин Фадеев.

Юлия Бриман, руководитель отдела коммерческой недвижимости «М-Индустрия» считает, что при этом наличие западной компании в числе арендаторов бизнес-центра может играть на руку арендодателю: «Известные западные компании — это часто бренд, который позволяет легче

привлекать других успешных и надежных арендаторов».

Вице-президент ассоциации риэлторов Санкт-Петербурга Павел Созинов соглашается, что российский арендатор по традиции менее прихотлив и более спокойно относится к неудобствам, связанным с управлением бизнес-центра. «Однако это кажущееся спокойствие иногда сопровождается импульсивными завывающими требованиями, что зачастую ставит арендодателя в тупик. Отсутствие опыта в деловых отношениях и четких деловых этических норм, а также опыта элементарного сосуществования деловых партнеров в ограниченном пространстве часто приводит к конфликтным ситуациям — как с управляющими компаниями, так и компаниями-соседями», — рассуждает господин Созинов.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

Профессор, доктор экономических наук Франк Штуббен, ведущий специалист по недвижимости группы компаний «Аверс», поделился опытом взаимодействия арендаторов и арендодателей в Германии: «На рынке недвижимости Германии существуют четыре основных участника — это девелопер и инвестор на стадии девелопмента, оператор и арендатор, а также собственник и инвестор на стадии управления и сдачи в аренду готового объекта. Последним и постоянным участником процесса является банк. Таким образом, осуществляется распределение рисков, и каждый участник занимается своим профильным бизнесом. Арендатор — к примеру, супермаркет, гостиница или банк — получает готовый объект, соответствующий его требованиям при минимальном сроке аренды на 3 года, а средний срок арендного договора составляет 6–8 лет.

При этом долгосрочное обязательство компенсируется относительно низкой арендной ставкой. Собственником объекта выступает, к примеру, пенсионный или страховой фонд, которому необходим долгосрочный стабильный доход, при этом доходность может быть сравнительно низкой. От собственной недвижимости оказались такие крупнейшие компании Германии, как Дойче Банк или «Метро Групп». Все они концентрируют капитал и ликвидность на своем основном бизнесе, не замораживая деньги в объектах недвижимости».

Таким образом, немецкий рынок недвижимости предполагает гибкие схемы реализации и финансирования проектов, создавая оптимальные условия и надежность для всех его участников».

Валерий Грибанов

Определенности ждут к середине года

Девелоперы полагают, что правила игры изменятся

коррекция

Гильдия управляющих и девелоперов подвела итоги работы рынка недвижимости Петербурга в первом месяце 2009 года. Участники рынка коммерческой недвижимости констатируют: во всех сегментах данного рынка (торговля, офисы, склады) продолжается падение цен продаж и ставок аренды, вызванное снижением спроса со стороны покупателей и ухудшением положения арендаторов.

Снижение запрашиваемых арендных ставок на офисные помещения в целом по рынку с момента начала кризиса (сентябрь 2008 года) по февраль 2009 года составило около 11–12% в рублевом эквиваленте. Реальные ставки аренды в рублевом эквиваленте снижались более чем на 15%. Учитывая девальвацию рубля за этот период, ставки аренды в долларовом эквиваленте снизились в среднем на 37%.

Наибольшее падение ставок (в долларовом эквиваленте) произошло в классе А: более чем на 50%. Это связано с резким увеличением предложения за счет ввода ряда новых офисных проектов класса А в четвертом квартале 2008 года. Ставка на офисы класса А, запрашиваемая арендаторами (ставка спроса), составила в январе 2009 года не более 1 100 рублей за квадратный метр в месяц или не более \$380 за квадратный метр в год.

Цены продаж офисов также подверглись большой коррекции из-за кризисных явлений: за период с сентября 2008-го по февраль 2009 года падение в рублях составило около 8%, в долларах — 35%. При переговорах с реальными покупателями происходит снижение ранее заявленных цен на 10–40%.

Но несмотря на кризисные явления, в начале 2009 года можно отметить сужение пред-

ложения офисной недвижимости и некоторое оживление спроса. По сравнению с ноябрем и декабрем 2008 года количеством новых предложений офисов на продажу весьма незначительно. Часть владельцев недвижимости придерживается своей собственности, не желая ее продавать по низким ценам.

Еще одной тенденцией 2009 года можно назвать начало перехода на номинирование цен продаж недвижимости (в условные единицы, привязанные к иностранной валюте: долларам, евро). По причине высокой насыщенности рынка Санкт-Петербурга торговыми площадями и вследствие таких кризисных явлений, как сокращение розничного товарооборота, снижение покупательской способности, закрытие/сокращение ряда торговых сетей, торговая недвижимость на сегодня попала под кризиса больше всех.

Снижение предлагаемых арендных ставок на торговые помещения в среднем по городу за последние 5 месяцев составило 26% в рублях или 48% — в долларах. Свободные площади появлялись везде, в том числе и на наиболее проходных улицах и торговых центрах у станций метро. Ротация арендаторов увеличивается.

Цены продаж до декабря 2008 года держались примерно на уровне сентября-октября, но только за январь 2009 года они упали на 15% в рублях (или 30% — в долларах). Количество предложений продажи торговых площадей в 2009 году существенно выросло.

В целом за последние 5 месяцев падение цен на торговые помещения составило около 40% в долларовом эквиваленте.

По мнению президента Гильдии управляющих и девелоперов Александра Ольховского, в

течение второго-третьего квартала 2009 года ситуация на рынке станет более определенной. Рубль достигнет своего равновесного состояния, стоимость строительных материалов и рабочей силы, себестоимость строительства в целом станут более прогнозируемыми. «Станет возможным оценить спрос на жилые и коммерческую недвижимость. Если мы увидим стабилизацию по перечисленным вопросам, появится и финансирование девелоперских проектов. Конечно же, изменятся правила игры, но ключевые игроки рынка быстро адаптиру-

ются к новым реалиям», — добавил эксперт.

В целом, по прогнозам ГУД, 2009 год будет не менее сложным, чем 2008-й. Дефицит ликвидности сохранится как минимум в течение первого полугодия. В дальнейшем многое будет зависеть от развития ситуации в Америке. Если США будут выходить из кризиса за счет дополнительной денежной эмиссии, то большой объем вбрасываемых денежных средств в американскую экономику, с одной стороны, повлечет за собой инфляционные процессы, но с другой стороны — будет решен воп-

рос нехватки ликвидности. Поступательное разморозятся все финансовые потоки, в том числе и в России. Если рецессия не окажется глубокой и рынки капитала США получат положительный тренд не позднее конца 2009 года, восстановление в России будет относительно быстрым. «Безусловно, наш рост начнется с некоторым запаздыванием по отношению к восстановлению развитых стран. Думаю, что даже в оптимистичном варианте это — начало 2010 года», — сообщил Александр Ольховский.

ЕЛЕНА КОРСУНСКАЯ

Динамика изменения ставок

Индикаторы	01.11.2008 г.	29.12.2008 г.	02.02.2009 г.	Изменение за январь 2009 г.	Изменение за ноябрь 2008 – январь 2009 гг.
Средняя арендная ставка на торговые помещения, руб./кв. м/мес.	1 400	1 178,80	1 079,20	-8,40%	-22,90%
Средняя арендная ставка на офисные помещения, руб./кв. м/мес.	960	859,4	866,8	0,90%	-9,70%
Средняя цена продажи торговых помещений, руб./кв. м	143 000	144 134	121 632	-15,60%	-14,90%
Средняя цена продажи офисных помещений, руб./кв. м	114 000	113 859	104 541	-8,20%	-8,30%